

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LOKASI DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN APOTEK KENCANA MAS SIDOARJO

Inggal Citra Puspitadewi¹, Moch. Munir Rachman²
Universitas PGRI AdiBuana Surabaya^{1,2}
inggalcitra03@gmail.com

ABSTRAK

Dijelaskan bahwa penelitian ini menganalisa pengaruh Pengaruh kualitas layanan, lokasi serta kelengkapan produk Terhadap Keputusan Pembelian Apotek Kencana Mas Sidoarjo. Teknik pengambilan sampel menggunakan Non Probability sampling. Sampel 161 responden. Hasil menyimpulkan bahwa ada pengaruh Kualitas layanan terhadap Keputusan Pembelian memiliki t_{hitung} sebesar 2.189 nilai signifikan sebesar $.030 < .05$. Lokasi terhadap Keputusan Pembelian memiliki t_{hitung} sebesar 3.107 dengan nilai signifikan sebesar $.002 < .05$. Kelengkapan produk terhadap Keputusan Pembelian memiliki t_{hitung} sebesar 4.104 dengan nilai signifikan sebesar $.000 (.000 < .05)$. $F_{hitung} 12,156$ dengan nilai signifikansi $.000 < .05$.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Lokasi, Kelengkapan Produk dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

It was explained that this study analyzed the influence of the effect of service quality, location and product completeness on the Purchase Decision of Mas Sidoarjo Pharmacy. The sampling technique uses non probability sampling. Sample 161 respondents. The results concluded that there is an effect of service quality on Purchasing Decisions having a tcount of 2.189 a significant value of $.030 < .05$. The location of the Purchasing Decision has a tcount of 3,107 with a significant value of $.002 < .05$. Completeness of the product against the Purchase Decision has a count of 4,104 with a significant value of $.000 (.000 < .05)$. Fcount 12,156 with significance value, $.000 < .05$.

Keyword: Service Quality, Location, Product Completeness and Purchasing Decisions.

PENDAHULUAN

Dunia kesehatan kini menjadi bisnis paling ramai, banyaknya kasus wabah penyakit menjadi faktor utama makin banyaknya korban berjatuh, Masyarakat kini berburu obat medis di Apotek. Salah satunya yakni Apotek Kencana Mas di pasar Krian dan berdiri cukup lama. Kehadiran apotek kencana mas dapat memberikan kemudahan bagi para masyarakat disekitar apotek tersebut. Namun semakin hari semakin banyak bermunculan usaha-usaha yang sejenis yang letaknya juga berada di pasar krian. Hal ini membuat apotik Kencana Mas mengalami penurunan konsemen yang belanja atas pembelian obat-obatan.

Bagi bisnis apotek saat ini, kemampuan untuk memberikan kualitas layanan kepada konsumen menjadi tolak ukur keberhasilan dalam proses penjualan, konsumen akan merasa senang dan nyaman ketika melakukan pembelian obat-obatan di apotek kencana mas apabila semua layanan terfasilitasi dengan baik. Selain faktor layanan, faktor lain yang menjadi tolak ukur keputusan pembelian konsumen apotek kencana mas yakni lokasi, dengan lokasi apotek yang dekat dan mudah untuk di akses serta memiliki fasilitas tambahan seperti parkir kendaraan yang luas. Disisi lain apotek kencana mas sangat mengutamakan kelengkapan produk, Konsumen akan lebih tertarik apabila berkunjung ke apotek yang memiliki kelengkapan produk yang lebih banyak, hal ini dikarenakan konsumen

menginginkan efisiensi waktu pada saat melakukan pembelian di apotek kencana mas.

Kini konsumen sangat ramai memburu jenis obat yang dapat membangkitkan imunitas, pantas saja hal ini terjadi karena adanya wabah penyakit menjadi pemicu ketakutan masyarakat, Apotek kencana mas bekerja ekstra keras dalam menyediakan stok obat-obatan agar konsumen dapat terlayani dengan baik.

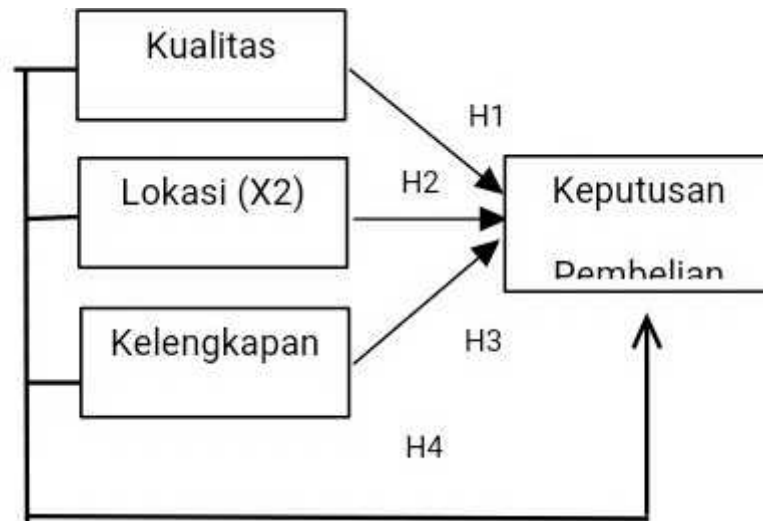
Rumusan Masalah

Dijelaskan dirumusan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Apotek Kencana Mas Sidoarjo?
2. Adakah pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Apotek Kencana Mas Sidoarjo?
3. Adakah pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian Apotek Kencana Mas Sidoarjo?
4. Adakah pengaruh kualitas layanan, lokasi, dan kelengkapan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian Apotek Kencana Mas Sidoarjo?

Kerangka Konseptual

Penulis mengilustrasikan kerangka konseptual seperti dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Tabel 1.

METODE

Dijelaskan pendekatan penelitian ini ialah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel penelitian ini ialah non probability sampling. Penelitian ini akan menganalisa pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas layanan , Lokasi, Kelengkapan produk, terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini ialah konsumen yang berbelanja di apotek Kencana Mas Krian.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di apotek Kencana mas Krian jl. Basuku Rahman No.91A Krian Sidoarjo. Adapun waktu pelaksanaan penelitian selama dua minggu tanggal 6 sampai 19 januari 2020 pukul 08.00 sampai 12.00 siang.

HASIL

Hasil Uji Validitas

Kualitas Layanan			
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,928	,3	Vallid
Item 2	,923	,3	Vallid
Item 3	,941	,3	Vallid
Item 4	,743	,3	Vallid
Lokasi			
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,635	,3	Vallid
Item 2	,641	,3	Vallid
Item 3	,734	,3	Vallid
Item 4	,738	,3	Vallid
Kelengkapan			
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,788	,3	Vallid
Item 2	,690	,3	Vallid
Item 3	,697	,3	Vallid
Item 4	,688	,3	Vallid
Kualitas Layanan			
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,640	,3	Vallid
Item 2	,662	,3	Vallid
Item 3	,759	,3	Vallid
Item 4	,745	,3	Vallid
Lokasi			
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,753	,3	Vallid
Item 2	,686	,3	Vallid
Item 3	,714	,3	Vallid
Item 4	,560	,3	Vallid
Kelengkapan			
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,753	,3	Vallid
Item 2	,686	,3	Vallid
Item 3	,714	,3	Vallid
Item 4	,560	,3	Vallid

Item 1	,893	,3	Vallid
Item 2	,856	,3	Vallid
Item 3	,863	,3	Vallid
Item 4	,839	,3	Vallid
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,692	,3	Vallid
Item 2	,484	,3	Vallid
Item 3	,706	,3	Vallid
Item 4	,639	,3	Vallid
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,680	,3	Vallid
Item 2	,692	,3	Vallid
Item 3	,735	,3	Vallid
Item 4	,467	,3	Vallid
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,631	,3	Vallid
Item 2	,680	,3	Vallid
Item 3	,742	,3	Vallid
Item 4	,574	,3	Vallid
Kelengkapan Produk			
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,890	,3	Vallid
Item 2	,835	,3	Vallid
Item 3	,922	,3	Vallid
Item 4	,915	,3	Vallid
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,844	,3	Vallid
Item 2	,876	,3	Vallid
Item 3	,865	,3	Vallid
Item 4	,792	,3	Vallid
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,916	,3	Vallid
Item 2	,893	,3	Vallid
Item 3	,927	,3	Vallid
Item 4	,833	,3	Vallid
Keputusan Pembelian			
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,817	,3	Vallid
Item 2	,789	,3	Vallid
Item 3	,826	,3	Vallid
Item 4	,593	,3	Vallid
Item	r-hitung	Nilai kritis	Keterangan
Item 1	,687	,3	Vallid
Item 2	,669	,3	Vallid
Item 3	,684	,3	Vallid
Item 4	,748	,3	Vallid
Item	r-hitung	nilai kritis	Keterangan
Item 1	,855	,3	Vallid

Item 2	,766	,3	Vallid
Item 3	,823	,3	Vallid
Item 4	,676	,3	Vallid

Dijelaskan validitas pada tabel 1. nilai R-hitung > 0,3 pada masing-masing variabel.

Tabel 2.
Hasil Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, dan Y			
Kategori Variabel (X1)	Hasil	Nilai kritis	Keterangan
Label Fisik	0,951	0,5	reliabel
Keindahan	0,842	0,5	reliabel
Ketersediaan	0,863	0,5	reliabel
Manajemen	0,857	0,5	reliabel
Empati	0,841	0,5	reliabel

Kategori (X2)	Hasil	Nilai kritis	Keterangan
Akses	0,340	0,6	reliabel
Visualisasi	0,520	0,6	reliabel
Sal. Timas	0,517	0,6	reliabel
Tempat Parkir	0,529	0,6	reliabel

Kategori Produk (X3)	Hasil	Nilai kritis	Keterangan
Keragaman	0,951	0,6	reliabel
Keterpaduan	0,933	0,6	reliabel
Varian Merek	0,955	0,6	reliabel

Kategori Keputusan Pembelian (Y)	Hasil	Nilai kritis	Keterangan
Kemudahan Membeli	0,888	0,6	reliabel
Pertimbangan dalam membeli	0,854	0,6	reliabel
Keputusan membeli	0,930	0,6	reliabel
Kesesuaian kebutuhan dan keinginan	0,930	0,6	reliabel

Dijelaskan uji reliabilitas masing-masing indikator lebih besar dari 0,6 maka dapat disimpulkan pernyataan dalam penelitian ini reliabel/konsisten.

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas

Hasil uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		151
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.632134888
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.000
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.063 ^b

Dijelaskan uji normalitas sebesar $0,063 > 0,05$ maka dapat diartikan data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 4.
Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas layanan	.961	1.041
	Lokasi	.969	1.011
	Kelengkapan produk	.961	1.041

Dijelaskan penelitian ini tidak terjadi kesamaan antar variabel bebas, tidak sesuai dengan nilai Tolerance yang $> 0,10$ dan nilai VIF yang < 10 .

Tabel 5.
Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Sig.
1	(Constant)	.003
	Kualitas layanan	.116
	Lokasi	.153
	Kelengkapan produk	.463

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Dijelaskan hasil pengujian diketahui nilai signifikansi pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,05 disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model analisis yang digunakan.

Tabel 6.
Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1.767

Dijelaskan perhitungan nilai dw sebesar 1,767 berada diantara 1,5 – 2,5 maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi dalam data penelitian ini.

Tabel 7.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	19,307	5,640
	Kualitas layanan	,099	,045
	Lokasi	,170	,055
	Kelengkapan produk	,241	,059

Dari persamaan tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 19,307
Dijelaskan Koefisien regresi pada konstanta sebesar 19,307. apabila Kualitas Layanan, Lokasi, dan Kelengkapan produk nilainya 0, maka Keputusan Pembelian meningkat sebesar 19,307.
2. Dijelaskan koefisien variabel kualitas layanan sebesar ,099. bahwa setiap kenaikan satu satuan Kualitas Layanan akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan Pembelian sebesar ,099.
3. Dijelaskan koefisien variabel Lokasi sebesar ,170. bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan Lokasi akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan Pembelian sebesar ,170.
4. Dijelaskan koefisien variabel Kelengkapan produk sebesar ,241 bahwa setiap kenaikan atau penambahan satu satuan Kelengkapan produk akan mengakibatkan meningkatnya Keputusan Pembelian sebesar ,241.

Tabel 8.
Uji-t

Hasil Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,423	,001
	Kualitas layanan	2,189	,030
	Lokasi	3,107	,002
	Kelengkapan produk	4,104	,000

Dijelaskan hasil pengujian parsial penjelasan uji t:

1. Variabel Kualitas layanan, nilai signifikansi ,030 < ,05. variabel Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Variabel Lokasi, nilai signifikansi ,002 < ,05. variabel Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. Variabel kelengkapan produk diketahui nilai signifikansi 0,000 < 0,05 variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 9
Uji-f

Hasil Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	12,156	,000 ^b
	Residual		
	Total		

Dijelaskan nilai F hitung = 12,156 serta ,000 < ,05, maka H0 di tolak

yang artinya Kualitas Layanan, Lokasi, dan Kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

SIMPULAN

Dijelaskan hasil penelitian dapat disimpulkan, pada analisis pengaruh kualitas layanan terhadap Keputusan Pembelian Apotek Kencana Mas terbukti berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Apotek Kencana Mas.

Analisis pengaruh lokasi terhadap Keputusan Pembelian Apotek Kencana Mas terbukti berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Apotek Kencana Mas.

Analisis pengaruh Kelengkapan produk terhadap Keputusan Pembelian Apotek Kencana Mas terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Apotek Kencana Mas.

Analisis pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi, dan Kelengkapan produk berpengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian Apotek Kencana Mas.

IMPLIKASI

1. Kualitas Layanan sangat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk obat-obatan di Apotek kencana mas, sehingga peningkatan kualitas layanan akan memberikan dampak yang baik bagi penjualan Apotek kencana mas.

KETERBATASAN PENELITIAN

Pada penelitian ini, hanya berfokus pada penelusuran tentang kualitas layanan, lokasi dan Kelengkapan produk yang dapat mengakibatkan munculnya keputusan pembelian produk di kalangan responden. Tidak hanya itu saja, diharapkan penelitian selanjutnya bisa memakai variabel lain untuk melalukan penelitian tentang keputusan pembelian, penelitian ini juga dijadikan bahan pembandingan untuk penelitian-penelitian terbaru.

DAFTAR RUJUKAN

- Kotler, Philip. 2012. Manajemen Pemasaran. Edisi ke-13, Jilid 1. Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Rachman. 2017. Aplikasi komputer statistik. Adi buana univercsity, Surabaya
- Schiffman, L.danKanuk, L.L. 2008. PerilakuKonsumen. Edisi 7. Indeks, Jakarta
- Sugiyono.2016.MetodePenelitianBisnis. Bandung: Alfabeta